

Informativo Unicon: o desafio de um jornal empresarial no canteiro de obras da Itaipu

RESUMO

Durante dez anos da construção da hidrelétrica de Itaipu, entre 1978 e 1988, circulou no canteiro de obras da usina o jornal Informativo Unicon, produzido pelo consórcio de construtoras responsável pelas obras. Mais de 30 mil operários trabalhavam no local nos períodos de utilização intensa de mão-de-obra, e o jornal chegou a apresentar tiragem de 20 mil exemplares quinzenais, em edições bilíngues (português e espanhol) para atingir o público brasileiro e paraguaio. Trata-se de um exemplo peculiar de jornalismo empresarial: pelo perfil do público e pelo momento histórico de sua produção – em plena ditadura militar e com as questões de segurança envolvidas. O presente artigo, que parte de um projeto mais amplo de pesquisa, busca uma aproximação inicial com este objeto de estudos, com foco nas primeiras páginas das 20 edições que circularam durante o ano de 1978.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação organizacional. Jornalismo empresarial. Hidrelétrica de Itaipu. Informativo Unicon.

Elza Aparecida de Oliveira Filha
elzaan@gmail.com
Universidade Tecnológica Federal do
Paraná (UTP), Curitiba, Paraná, Brasil.

INTRODUÇÃO

Fevereiro de 1978. Canteiro de obras da hidrelétrica de Itaipu, em Foz do Iguaçu, região Oeste do Paraná, na fronteira entre Brasil e Paraguai. Cerca de 30 mil barrageiros, como são conhecidos os trabalhadores de barragens, se dividiam em turnos (de doze horas!) trabalhando 24 horas por dia, 365 dias por ano, para construir o que era, à época, “a maior hidrelétrica do mundo”. A grandiosidade do empreendimento representava desafios constantes na busca de soluções inovadoras em variados segmentos.

Nesta época a obra tinha mais de três anos de iniciada, mas o momento é marcante para o objeto do presente estudo: em 4 de fevereiro de 1978 circulou a primeira edição do Informativo Unicon, um jornal tabloide, bilíngue, de periodicidade quinzenal na primeira fase, com tiragem inicial de 15 mil exemplares (rapidamente alcançando 20 mil), distribuído entre os trabalhadores. A solução gráfica para atender ao público brasileiro e paraguaio pode ter sido tão inovadora quanto muitas das novidades nas áreas de engenharia e construção introduzidas ao longo do desenvolvimento da obra: as 16 páginas do impresso eram divididas com textos nas duas línguas e havia duas capas, dispostas em sentidos contrários. Assim, ao abrir a capa em português, o leitor encontrava oito páginas, sempre à direita, com textos nesta língua. Ao ser fechada e virada, a edição apresentava a capa em espanhol, com as mesmas oito páginas à direita, idênticas fotos e diagramação igual ao conteúdo em português – apenas os textos eram traduzidos para atender aos leitores paraguaios.

O jornal circulou durante mais de dez anos, com a última edição (de número 139) publicada em dezembro de 1988. Ao longo do período, passou por diversas alterações de periodicidade, conteúdo, projeto gráfico, equipe de produção. No final, a tiragem estava reduzida a seis mil exemplares, com apenas quatro páginas e editado exclusivamente em português. O informativo foi uma iniciativa do Departamento de Bem Estar Social do Consócio Unicon – União das Construtoras Ltda, composto pelas empreiteiras Cetenco Engenharia; Cia. Brasileira de Pavimentos e Obras (CBPO); Camargo Corrêa; Andrade Gutierrez e Mendes Júnior. O consócio venceu a licitação para as obras de construção civil da hidrelétrica do lado brasileiro. No Paraguai, o vencedor foi o consócio Conempa, integrado pelas construtoras Barrail Hermanos; Cia. General de Construcciones; ECCA S.A.; Ing. Civil Hermanos Baumam; Empresa Construtora Mineradora Paraguaya e Jimenez Gaona & Lima.

Enquanto documento histórico, o Informativo Unicon é um rico manancial de informações sobre a construção de uma das maiores obras jamais realizadas no Brasil, com a característica diferenciada de ter sido tocada de maneira conjunta por dois governos. Soma-se a isso o fato de que, durante a maior parte do tempo de construção, o País vivia sob uma ditadura militar, com severo cerceamento à liberdade de imprensa; enquanto nosso vizinho Paraguai permaneceu ainda sob regime ditatorial mesmo depois da redemocratização brasileira.

Como exemplo de jornalismo empresarial, o Informativo Unicon é um instigante objeto de estudos. Que desafios foram enfrentados para produzir um jornal destinado a um público tão vasto e heterogêneo quanto os trabalhadores do canteiro de obras? Ao lado de milhares de “peões” da construção civil – o grosso do contingente, muitos analfabetos ou semialfabetizados – existiam outros públicos como engenheiros, mestres de obra, profissionais de nível técnico e todas

as demais categorias que prestavam serviços nas mais diversificadas atividades. O local, distante 14 quilômetros do centro de Foz do Iguaçu, se transformou em uma cidade de porte médio, com escolas, hospitais, centros de lazer, comércio e serviços, para atender os trabalhadores e suas famílias. Como a publicação podia acompanhar o desenvolvimento da obra cercada por um severo sistema de segurança, por ser considerada prioridade pelo governo militar?¹ Que temas tratar para não ferir estes dispositivos e, ao mesmo tempo, satisfazer o público? Que papel o Informativo Unicon se atribuía e qual efetivamente conseguiu cumprir?

No acervo da Superintendência de Comunicação Social da Itaipu, em Foz do Iguaçu, estão preservados apenas 45 exemplares da publicação. A coleção completa foi localizada em Curitiba, na casa do professor de filosofia José Melquíades Ursi, único nome que figura em todos os expedientes do Informativo Unicon como integrante da redação – e durante muito tempo como solitário funcionário. Mesmo tendo deixado o consórcio em 1988, ele guardou todos os exemplares, devidamente encadernados por ano de publicação, e disponibilizou o material para a pesquisa². Nos dez anos em que trabalhou no Unicon, Ursi foi repórter, redator, fotógrafo, laboratorista, diagramador, pastapeiro³. “Fazíamos de tudo um pouco, ou de tudo muito, na verdade, porque o ritmo de trabalho era intenso. Não tinha domingo, feriado... a obra estava sempre funcionando e, quando tinha algum acontecimento, o jornal estava lá” (URSI, 2015).

O presente artigo representa uma primeira aproximação do objeto, que tem potencial para render análises sob variados ângulos e abordagens. Nesta mirada inicial, a intenção é trabalhar com as edições que circularam no primeiro ano da publicação, 1978, focando na descrição das primeiras páginas para verificar os assuntos que foram destacados nas manchetes – acrescida de um esboço de análise deste conteúdo. Para tanto, serão mobilizados aportes teóricos que relacionam a comunicação organizacional com escolas da administração e gestão, bem como teorias do jornalismo aplicadas à imprensa empresarial.

O JORNALISMO EMPRESARIAL NO CONTEXTO DA GESTÃO

A maior parte dos pesquisadores que se debruça a estudar o jornalismo empresarial (TORQUATO DO REGO, 1987; PALMA, 1994; NASSAR, 2009) localiza na década de 1970 uma expressiva expansão deste tipo de imprensa no Brasil, embora alguns exemplos esparsos de veículos internos circulassem em empresas desde o final da década de 1950. Bueno (2003, p.247) defende que os *house-organs* “se multiplicaram a partir dos anos de 1970, acompanhando mesmo o próprio processo de implantação e desenvolvimento de estruturas profissionalizadas de comunicação nas organizações”. Contribuindo para justificar estudos como o presente artigo, Bueno ressalta que estes veículos têm sido objeto de preconceitos, “certamente estimulados pelos colegas de redação, que os analisam sob uma perspectiva inadequada ou os comparam com os veículos da grande imprensa, o que se constitui um equívoco formidável, em razão da diferença de objetivos e de linhas editoriais” (idem).

O incremento das iniciativas periódicas de contato com os funcionários das organizações empresariais – por meio de jornais, revistas ou outros veículos de comunicação – tem estreita ligação com as novas formas de administração e gestão implantadas, no Brasil, a partir da segunda metade do século XX.

A utilização de publicações no âmbito da administração (...), tendo como um de seus objetivos a formação na empresa, é um dos pilares que estruturam a Escola de Relações Humanas, pensamento administrativo que surge no final dos anos 1920, nos Estados Unidos, cujo principal pensador é Elton Mayo (NASSAR, 2009, p.133).

De acordo com o autor, esta escola tem como princípios: trabalho em equipe, carisma das chefias e o reconhecimento de que os fatores humanos também afetam o processo de trabalho. Do ponto de vista da comunicação, o emissor continua sendo a administração, mas as mensagens e fluxos demonstram que a organização enaltece o consenso e busca construir um bom ambiente interno, por meio do envolvimento e motivação da força de trabalho. O receptor, visto como *homo socialis* (homem social) é consultado, e as suas respostas aperfeiçoam o processo de decisão. Estes receptores – trabalhadores das empresas – são incentivados não só por prêmios econômicos, mas também pelo reconhecimento, orgulho pelo local de trabalho, chefias interessadas pelo desempenho dos subordinados etc. (NASSAR, 2009, p.133).

Como será possível verificar na sequência deste texto, o conteúdo apresentado pelo Informativo Unicon em seu primeiro ano de circulação espelha a maioria dos princípios citados e, ademais, respalda o conjunto de objetivos da comunicação produzida pelas empresas, de acordo com Torquato do Rego (1987, p. 30), referenciado em Cândido Teobaldo:

Explicação das políticas e diretrizes da empresa; 2) informações a respeito dos processos de trabalho; 3) humanização das atividades da empresa através de notícias relativas ao seu pessoal; 4) promoção de campanhas de segurança e de interesse geral; 5) interpretação do papel da empresa; 6) melhoria do moral dos empregados; 7) facilidade de compreensão e respeito mútuos entre a empresa e os seus públicos.

Palma (1994) sintetiza em quatro pontos as funções principais das mensagens veiculadas pelo jornalismo empresarial: informação, integração, educação e motivação. Na função de informar, a publicação deve noticiar questões da empresa, seus planos e políticas; deve esclarecer as condições de trabalho, as novas técnicas ou procedimentos administrativos. O conteúdo integrativo comporta “mensagens destinadas a promover um sentimento comunitário entre os participantes da organização e em mantê-los coesos e harmonizados em torno de objetivos comuns” (PALMA, 1994, p.96). No tocante à educação, o veículo deve divulgar orientações sobre prevenção de acidentes, direitos trabalhistas, relações humanas. E, finalmente, na função de motivação entram “estímulos a mais eficiência e produtividade, valorização do pessoal, apelos a um comportamento positivo no ambiente de trabalho” (idem). A leitura de edições do Informativo Unicon evidencia a inclusão de todas estas temáticas no projeto editorial do veículo sinalizando o entendimento das funções preceituadas como básicas do jornalismo empresarial.

Esta postura comunicativa e administrativa, no entanto, não está isenta de críticas e ressalvas, como salienta Nassar (2009), citando Maurício Tragtenberg (1980). Para este autor, a empresa não é apenas o local de trabalho, mas também um “cenário da inculcação ideológica” patronal.

Na visão crítica de Tragtenberg, as publicações empresariais, em especial o jornal destinado ao trabalhador, são suportes para conteúdos voltados à psicomanipulação, à “formação profissional permanente”, que não é gerida pelos próprios produtores. Avalia que a maioria dos conteúdos dessas publicações reflete apenas as preocupações patronais. “Ou seja, não só a mais-valia é extraída do trabalhador; há perda do seu ‘ser’ em detrimento do bom desempenho profissional, tendo como única finalidade a rentabilidade” (1980, p. 19-44 [sic]). (NASSAR, 2009, p.133).

Também Bueno (2007, p. 41) critica o que classifica como house-organ tradicional, que mais se assemelha a um veículo de propaganda – “e o que é pior, de má propaganda”. E cita como indicadores o fato de que o discurso dos veículos é laudatório, repleto de adjetivos, ressaltando a organização como se ela fosse perfeita. Além disso, os diretores costumam estar presentes em textos e fotografias enquanto os funcionários aparecem “dentro da ótica da participação consentida, ou seja, estão ali para reforçar, legitimar a opinião da autoridade” (idem). Finalmente, de acordo com Bueno, os jornais empresariais não abrem espaço, em suas pautas, para reconhecer que existem coisas a serem melhoradas nas organizações:

Ele [house-organ tradicional] não admite que, assim como o ser humano, as organizações têm imperfeições e que, assumi-las, é o primeiro passo para superá-las. A empresa ou entidade retratada pelo house-organ é impecável, generosa, solidária, cidadã, tecnologicamente avançada, enfim, um verdadeiro tipo ideal que, na prática, só é encontrado mesmo nos jornais de empresa (BUENO, 2007, p.41).

As publicações empresariais, nascidas entre as décadas de 1960 e 1980, surgem como instrumento civilizador do operário inculto. E isso se reflete, de acordo com Nassar (2009), no próprio símbolo da Aberje, a Associação Brasileira dos Editores de Revistas e Jornais de Empresas (atualmente uma marca que engloba Associação Brasileira de Comunicação Empresarial e a Associação Brasileira de Comunicação Organizacional). “A Aberje nasce para aprimorar tecnicamente os instrumentos civilizadores: as revistas e jornais de empresas. [...] Desta ideia advém o primeiro símbolo da Aberje: trata-se de um círculo envolvendo a silhueta de um homem (bem estilizado) lendo uma publicação” (NASSAR, 2009, p.134). Os jornais mostram para o operário-leitor, ainda segundo o autor, uma empresa que constrói, que provê empregos, salários e benefícios; uma empresa alinhada com o desenvolvimento do Brasil – todos aspectos muito fortes e presentes no Informativo Unicon.

O JORNALISMO EMPRESARIAL E SEUS DISCURSOS

Ainda na primeira metade do século XX, ao tentar formular uma ciência do jornalismo, o teórico alemão Otto Groth atribuiu à atividade quatro características: atualidade, periodicidade, universalidade e difusão. Em estudo pioneiro, no Brasil, a respeito do jornalismo empresarial, Torquato do Rego (1987) menciona estas características para salientar a natureza jornalística das publicações empresariais.

As publicações empresariais, enquanto veículos jornalísticos, devem ter periodicidade, isto é, devem aparecer em intervalos sucessivos e regulares. Precisam abastecer-se de fatos da atualidade que formam o presente da empresa. Para assumir o seu atributo de universalidade, as publicações devem, em princípio, apresentar informações sobre quaisquer áreas ou programas de interesse da empresa e da comunidade. Por último, necessitam chegar ao público ao qual se destinam, devendo, assim, ser difundidas (TORQUATO do REGO, 1987, p. 40-41).

Nos anos 1970 e 1980, os jornais de empresas tinham seus conteúdos voltados, grandemente, aos aspectos físicos ou técnicos da produção, enfatizando a tecnologia, os equipamentos e as instalações das companhias – “não raro a aquisição de uma nova máquina era a grande notícia da edição” (BUENO, 2003, p. 254). A presença ostensiva de diretores das organizações, nas páginas dos jornais ou revistas, representava a promoção pessoal dos funcionários de alto escalão. Esta opção editorial é questionada por autores como Palma (1994), para quem o uso da publicação para constantes aparições de dirigentes acaba condenando o veículo ao descrédito junto ao público.

Em uma pesquisa citada por Bueno (2003), constatou-se ainda que, nos anos 70, havia um espaço significativo para entretenimento e para valorizar a fidelidade dos funcionários. A periodicidade dos veículos – quase sempre mensais e, não raro, editados a cada dois meses – dificultava o tratamento atualizado das informações:

Os veículos empresariais [...] funcionavam quase sempre como mero registro, uma coleção de notícias e fotos que apenas documentavam fatos ocorridos nas organizações, não se revestindo, na maioria dos casos, de conteúdo jornalístico relevante. A atualidade não era a virtude maior dos house-organs, que tinham, a princípio, o compromisso de registrar o passado, sendo, portanto, repletos de “notícias frias”, ou seja, notícias sem vínculos com o que está acontecendo no momento, conforme jargão da área (BUENO, 2003, p. 254).

O aspecto visual, segundo o autor, era pouco cuidado; a diagramação era pobre; registrava-se um uso abusivo de fotografias, parecendo um álbum de figurinhas. Estas constatações serão exemplificadas fartamente em análises posteriores do Informativo Unicon, uma vez que no espaço deste artigo torna-se impossível tratar dos variados aspectos da publicação. A apreciação das primeiras páginas de acordo com o recorte aqui proposto, no entanto, permite verificar elementos da diagramação – mesmo considerando os limites técnicos da época – e o intenso uso de fotos.

A capa, alerta Palma (1994, p. 119), “deve funcionar como uma espécie de catálogo em relação aos principais produtos, ou seja, como localizar os conteúdos principais. Salvo ocasiões especiais, deve retratar absoluta atualidade. Jamais deve iludir o leitor com o conteúdo ou com relação ao contexto da empresa”.

De acordo com Torquato do Rego (1987, p. 88), “na primeira página serão feitas chamadas para as matérias prioritárias, ao lado dos melhores efeitos fotográficos de toda a edição”. O autor defende que a página tenha entre 60% a 70% de texto e o restante de ilustrações, em especial fotografias.

CAPA: A EMBALAGEM DO PRODUTO JORNAL

Optou-se, no presente estudo, por promover uma avaliação das capas das 20 edições do Informativo Unicon que circularam durante o ano de 1978. A periodicidade, naqueles dez meses, foi mantida bem próxima da circulação quinzenal. Um diferencial, em relação a outros veículos empresariais, era a presença da data de fechamento da edição no cabeçalho da primeira página. Assim, o primeiro número foi impresso no dia 4 de fevereiro e a última publicação do ano circulou com data de 23 de dezembro. A tiragem inicial de 15 mil exemplares aumentou para 17 mil já no segundo número, 19 mil na quarta edição e 20 mil exemplares em 30 de setembro de 1978, quando foi editado o informativo número 15. Os temas técnicos, incluindo explicações sobre o andamento da obra, processos de construção e recordes alcançados no trabalho, foram os mais destacados nas manchetes da primeira página.

As capas das 20 edições do Informativo Unicon ao longo do ano de 1978 apresentaram um padrão semelhante: uma manchete principal acompanhada por uma foto (ou ilustração) maior e outras quatro ou cinco chamadas, com duas ou três fotos complementares. Algumas edições alteraram este padrão, estampando uma imagem em praticamente toda a página, como o número 20, de 23 de dezembro, que usa uma fotografia noturna na qual aparecem fortes luzes em um trecho do canteiro de obras, simulando uma espécie de árvore de Natal. O fundo da página é todo preto e o texto, em branco, enaltece as conquistas alcançadas ao longo do ano em relação ao desenvolvimento dos trabalhos de construção da usina de Itaipu.

Na tabela abaixo estão os textos das manchetes e sua classificação pela temática. As categorias da informação, estabelecidas com base no conteúdo teórico apresentado na primeira etapa deste artigo e considerando as funções identificadas para o jornalismo empresarial e suas mensagens, foram definidas com objetivo de sintetizar o conteúdo dos textos presentes nas primeiras páginas. Concordando com a referência de Bueno (2003), os aspectos físicos e técnicos da empresa são os mais destacados (categoria técnica). No Informativo Unicon, no entanto, estão bastante presentes textos característicos de exaltação (entendida como ação de elevar a um grau de mérito mais alto) da obra e sua importância, aliada à exortação (significando encorajamento, estímulo, incitação) do compromisso dos trabalhadores com a concretização do projeto, no prazo previsto. Ressalte-se que o Consórcio Unicon se comprometeu a cumprir um cronograma apertado e corria o risco de pagar elevadas multas em casos de descumprimento.

As questões relativas à formação da mão-de-obra e a assistência aos empregados – em aspectos variados como treinamento, alimentação, moradia, educação e lazer – compreendem o segundo conjunto mais presente de manchetes. Há também textos destacados que tratam da integração entre Brasil e Paraguai, e/ou entre autoridades e trabalhadores brasileiros e paraguaios, cuja união possibilitou a construção da hidrelétrica. Várias reportagens de capa, além disso, comemoram feitos como o desvio do rio e os recordes de uso de concreto (categoria comemoração). Por fim, o esporte surge também como categoria informativa e ocupa a manchete em dois momentos, em função da Copa do Mundo da Argentina, ocorrida no ano em análise.

Tabela 1 – manchetes do Informativo Unicon durante o ano de 1978 e temáticas

Data	Texto manchete	Categoria da informação
04/02	YAJHA* 1 de outubro!	técnica / exortação
20/02	Centro de Treinamento treinou mais quarenta meio oficiais de armação	formação/ assistência
10/03	YAJHA! Alcançamos os 4.000 m3 diários de concreto	técnica / comemoração
31/03	Concreto: A grande meta dos 100 mil m3 mensais foi antecipada em um mês	técnica / comemoração
20/04	Januário discursa: está inaugurada a escola	formação/assistência
28/04	Edição Extra Comemorativa – O dia do trabalho	lazer /integração
13/05	UNICON contrata TV Globo para mostrar Copa do Mundo	assistência / esporte
01/06	Manutenção: órgão de apoio para a construção	técnica
17/06	Esporte: Copa do Mundo concentra atenções	esporte
06/07	Moinho de clínquer: 85 toneladas de cimento por hora	técnica
26/07	Canal de desvio: promessa que está sendo cumprida	técnica
12/08	Escavação submersa: tarefa incomum	técnica
31/08	Contagem regressiva para o desvio do rio	técnica
20/09	Desvio do rio será 20 de outubro	técnica
30/09	Yapopyré – 1 de outubro /Desafio Vencido**	comemoração / exaltação
18/10	Edição comemorativa - MISSÃO CUMPRIDA!	comemoração / exaltação
09/11	Encontro das águas marca novo desafio	técnica / exaltação
25/11	A passos de gigante	técnica
14/12	Bucyrus***	técnica
23/12	Sempre Tenondé****	exaltação

* YAJHA: palavra guarani que significa vamos, sigamos, avante (Informativo Unicon, n.2, p2)

** Yapopyré: palavra guarani que significa vitória

*** Referência às escavadeiras Bucyrus usadas na obra, com 13 m de altura, pesando 330 toneladas

**** Palavra guarani que significa sempre em frente.

Doze das vinte manchetes tratavam de aspectos técnicos de Itaipu, com uma temática principal: a construção e inauguração do canal de desvio, considerado o término da primeira etapa importante da usina. O canal permitiu mudar o curso do Rio Paraná para erguer a barragem principal da hidrelétrica, responsável pelo represamento das águas e formação do lago, e pela localização da casa de força, na qual estão instaladas as turbinas geradoras de energia.

Embora não seja objeto do presente texto – uma vez que pretende-se desenvolver uma pesquisa complementar sobre as imagens do Informativo Unicon – vale uma referência ao material fotográfico que acompanhava algumas das manchetes listadas acima. Na edição número um, por exemplo, a exortação ao trabalho tendo como meta o dia primeiro de outubro (quando deveria ser inaugurado o canal de desvio) era seguida por uma fotografia mostrando um trecho do canal onde trabalhavam os operários. Um grupo de sete barrageiros está no primeiro plano, todos fazendo sinal de positivo com os braços erguidos. Outros empregados aparecem mais ao fundo da imagem que, nitidamente, busca construir a ideia de envolvimento e determinação dos trabalhadores pelo bom andamento da obra.

Na edição seguinte, cuja manchete trata da formação de uma turma de armadores, a fotografia igualmente mostra trabalhadores, desta vez em uma grande estrutura metálica – vários novamente acenando para a câmera com sinais de positivo. Na quinta edição do informativo os operários são outra vez retratados na imagem que acompanha a manchete: um trabalhador discursa na biblioteca da escola da obra, em uma evidência de sua participação ativa na solenidade. O texto não deixa dúvidas: “Januário discursa, está inaugurada a escola”⁴. Na publicação datada de 17 de junho, novamente figura um grande grupo de barrageiros, desta vez em uma foto de perfil, mostrando um amplo auditório no qual os trabalhadores se encontram para assistir aos jogos da Copa do Mundo. É o consórcio Unicon, em mais uma iniciativa assistencial, proporcionando lazer a seus funcionários.

Em uma única edição aparecem setores hierarquicamente mais destacados da empresa na foto principal da primeira página: no número quatro, datado de 31 de março, sete engenheiros estão ao lado de um cartaz que comemora o recorde de lançamento de cimento. Nas demais edições em que questões técnicas ou assistenciais estão nas manchetes, as fotografias (ou ilustrações em dois casos) não têm a presença humana. São imagens de aspectos da obra, várias vezes no período noturno, que reforçam a grandiosidade do empreendimento, seu caráter quase místico, endeusado, sobrenatural.

A representação da usina de Itaipu por este viés foi salientada por Mascarenhas (2011) no único trabalho científico localizado ao longo da presente pesquisa que usa parte do acervo do Informativo Unicon como objeto de estudos. Trata-se da dissertação de mestrado intitulada “Poeira X Unicon: confrontos e contrapontos entre expropriados e Itaipu”, defendida junto ao Programa de Pós-Graduação em História, da Universidade do Oeste do Paraná, campus de Marechal Cândido Rondon. Na dissertação, a autora mobiliza dois produtos comunicacionais, o Informativo Unicon e o Boletim Poeira, este último editado pela Comissão Pastoral da Terra em apoio aos agricultores que foram desalojados para construção do lago da hidrelétrica. Um forte movimento se criou na região reivindicando melhores condições de negociação entre a binacional e os desalojados⁵. Ao analisar o texto do editorial do primeiro número do Informativo Unicon, Mascarenhas (2011, p. 124) sentencia: “A imagem que o editorial produziu para seus leitores, principalmente para os funcionários e peões da Unicon, era de que a Itaipu era onipresente, uma empresa transcendental, com poder absoluto, irrestrito e inalcançável pelos peões”.

O projeto de pesquisa que ora se inicia buscará promover uma reflexão ampla sobre o conteúdo textual da publicação em suas variadas fases. Neste momento resta citar, como exemplo, o texto de primeira página da edição de número 16, que circulou com data de 18 de outubro de 1978 – embora seja possível estimar que esta data esteja equivocada, já que o jornal descreve os eventos do dia 20 de outubro, quando se realizou a inauguração do canal de desvio.

Apresentando um planejamento gráfico bastante diferenciado dos números anteriores, o informativo Unicon n. 16 tem a primeira página tomada por uma fotografia aérea do canal de desvio, quase como uma marca d’água, sobre a qual estão dispostos os demais elementos, inclusive a manchete: “MISSÃO CUMPRIDA!!!” – assim, toda em letras maiúsculas e com três pontos de exclamação. No canto superior esquerdo, ainda sobre a foto principal, aparece a imagem do abraço trocado, por ocasião da solenidade, entre os presidentes

Ernesto Geisel, do Brasil, e Alfredo Strossner, do Paraguai. Do outro lado da página, no canto superior direito, uma espécie de selo, cercado por um fio, informa tratar-se de uma “edição comemorativa”. O texto, com título “Três minutos de silêncio”, está na parte inferior da página, sem divisão de colunas e também cercado por um fio:

Dia 20 de outubro. É chegada a hora. O cabo de fogo aproxima a brasa do cigarro e acende o pavio. Psiu. Silêncio! Começa a contagem regressiva para o desvio do rio Paraná. Faltam três minutos apenas. Enquanto os explosivos não detonam, concentrados em homenagem póstuma, recordemos aqueles que tombaram no cumprimento do dever, envolvidos na sagrada mortalha do suor. Partiram mas, antes, imprimiram suas marcas indeléveis nas faces dos monólitos. As águas têm sensibilidade e hão de beijá-las com todo respeito...

- Dois minutos. Silêncio ainda! Eles não se sacrificaram em vão. Seus familiares entenderão mesmo que doa compreender; nos braços da eternidade, tornaram-se mais lúcidos para dizer de frente erguida, com maior convicção: meus pais, minha esposa, meus filhos, meus amigos, meu povo, Itaipu far-se-á luz para ajudar a dissolver as trevas.

Eles não morreram nos labirintos da obscuridade, mas caíram no espaçoso pátio da dignidade. Tomaram-se bandeiras e heróis de seus filhos aos quais condecoraram para sempre com a bandeira do exemplo. Não partiram, pois reencarnaram suas fibras nos sangues dos nossos sangues...

O relógio não vacila, trinta segundos e pronto. Medite no silêncio: Para onde levaria a morte se não tivéssemos aberto o atalho da fé? Dai-lhes, Onisciente, o descanso eterno... porque respiramos o oxigênio de suas lições, na atmosfera do ânimo, do vigor, do dinamismo e da coagem.

Traz... fogo! Que espetáculo! Aqueles que se foram sorriem em nossos lábios (INFORMATIVO UNICON, n. 16, 18/10/1978. p.1).

Uma das grandes questões que perpassava, à época, a construção da hidrelétrica de Itaipu – e que, possivelmente, não tenha sido totalmente esclarecida até hoje – refere-se ao número de acidentes de trabalho que vitimaram operários no canteiro de obras. O texto desta edição comemorativa volta-se para “aqueles que tombaram no cumprimento do dever”, empregando uma expressão bastante usual no meio militar. Os militares, detentores do poder no Brasil de 1978, ocupavam os cargos-chave da binacional Itaipu e, embora fossem em menor número nas empreiteiras e construtoras, ditavam as regras, sobretudo no tocante ao controle das informações. Anteriormente a este editorial de primeira página, o Informativo Unicon havia mencionado a questão das mortes de peões apenas em seu primeiro número, usando “a fala espontânea” do feitor de turma Arlindo Baruta, que negava a existência de grande número de acidentes: “Antes de me fichar na firma diziam que no canal morriam trinta, quarenta pessoas por dia. Tudo isso é boato” (INFORMATIVO UNICON, n. 1, 04/02/1978, p. 2).

No momento decisivo de inauguração da primeira etapa da obra, no entanto, o jornal optou por homenagear os mortos – embora eles não tenham nome, não se saiba quantos foram e em que circunstâncias tombaram. Mas, sustenta o texto,

sabe-se que eles morreram “envolvidos na sagrada mortalha do suor”, reconhecendo assim que as vítimas foram trabalhadores braçais, os que transpiraram no exercício das suas funções, e suas mortes são sagradas porque “Itaipu far-se-á luz para ajudar a dissolver as trevas”. As alusões de cunho religioso ajudam a compor o quadro de conformismo por parte dos pais, esposas, filhos, amigos, que devem aceitar os acontecimentos como desígnios divinos, pois os mortos “não se sacrificaram em vão”.

Construído a partir de uma estrutura que mescla a expectativa das explosões ao silêncio destinado a homenagear as vítimas dos acidentes de trabalho ocorridos, o texto, que não é assinado, busca isentar a Itaipu ou o consórcio Unicon – que sequer é mencionado – da responsabilidade pelas mortes. Afinal, o projeto de construção da usina é o mais importante, em seu nome valendo qualquer sacrifício. Os heróis deste sacrifício ficarão para sempre lembrados nos monólitos que mudaram o curso do rio Paraná, servindo de exemplo, reencarnados no sangue de todos. O uso da expressão “bandeira” remete a um sentimento de unidade nacional, que o respeito a este símbolo inspira.

Em seu penúltimo parágrafo, antes de descrever o júbilo da explosão, o editorial assume um tom definitivamente religioso e pede o descanso eterno àqueles que tiveram ânimo, vigor, dinamismo e coragem. No final, culminando com o espetáculo da detonação das rochas, o texto repassa aos vivos o direito de celebrar pelos mortos, que “sorriem em nossos lábios”⁶.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao ser indagado a respeito do papel que o Informativo Unicon desempenhou no canteiro de obras da usina de Itaipu ao longo de dez anos, o professor José Melquíades Ursi, único profissional que acompanhou toda a trajetória do veículo trabalhando em sua redação, fez um balanço no qual aponta aspectos bastante semelhantes aos mencionados pelos teóricos que pesquisaram o jornalismo empresarial produzido no Brasil nas décadas de 1970 e 80 (Bueno, 2003 e 2007; Nassar, 2009; Palma, 1994; Rego, 1997):

Creio a que função básica do jornal se referia ao acompanhamento da evolução da obra, especialmente do ritmo em que se desenvolvia, o que era do interesse dos próprios trabalhadores. Também cumpriu o papel de prestar orientações a atividades sociais, uma vez que o trabalho era muito intenso e os trabalhadores necessitavam de informações sobre suas necessidades básicas o que, às vezes, eram cobertas por familiares. Também teve o papel de humanizar a carga horária estressante, com número de horas extras não observadas hoje. Muitas reportagens buscaram valorizar o trabalho de pessoas sem posições de mando, mas com destaque em determinadas funções (URSI, 2015).

Os aspectos técnicos, a assistência, o incentivo ao lazer e ao entretenimento – ao lado das narrativas de histórias de vida de funcionários que ajudam no processo de identificação do conjunto de trabalhadores – são objetivos descritos por autores como Bueno (2003), Torquato do Rego (1987) ou Palma (1994) como típicos dos veículos de comunicação interna produzidos por empresas, tendo como público-alvo os seus funcionários. No caso do Informativo Unicon, segundo Ursi

(2105), “as definições de conteúdos cabiam basicamente à direção do jornal e a seus colaboradores. No entanto, os textos eram revistos por chefes de departamentos e superintendentes dos setores administrativos, a cada edição. Cabia também a eles acatar a sugestão de pautas encaminhadas por técnicos de vários departamentos”.

Este artigo, como dito anteriormente, significa uma primeira aproximação de um objeto de estudos multifacetado e instigante. O Informativo Unicon, por ser direcionado a um público altamente heterogêneo, produzido em condições históricas e sociais especiais (em uma área de segurança nacional, durante a ditadura militar, endereçado a trabalhadores brasileiros e paraguaios), tendo como foco uma obra de construção complexa e desafiadora, reúne potencial para possibilitar múltiplas abordagens.

O uso de imagens (há uma média superior a 30 fotos por edição, ocupando grande parte do espaço das oito páginas do jornal tabloide); o conteúdo abordado; os gêneros jornalísticos presentes; a construção textual em variadas editorias; a diagramação: todos aspectos que podem render análises aprofundadas que permitirão compreender melhor um momento importante da história do Brasil no qual foi construída uma obra de grande significado e onde circulou, por dez anos, um jornal empresarial diferenciado.

Pesquisar de maneira detalhada o Informativo Unicon pode nos levar a concluir, conforme Nasser (2009, p. 128): “O jornalismo empresarial, que tem sido uma correia de transmissão das políticas das inúmeras áreas organizacionais, quase sem independência, produz, na maioria de seus veículos, um material acrítico, marcado pela propaganda da produtividade e, no nível dos indivíduos, de um empreendedorismo egoísta”.

Ou pode nos descortinar um panorama mais complexo, no qual o jornal sustenta uma pregação pelo aumento da produtividade e pela quebra de recordes de produção altamente beneficiários à empresa, ao mesmo tempo em que fornece um sentido de pertencimento e de (auto)reconhecimento aos trabalhadores⁷. Vindos de todas as regiões do Brasil e do Paraguai, estes peões barrageiros se encontraram no canteiro de obras de Itaipu para dar a sua contribuição a um projeto grandioso – “vendido” a eles e ao conjunto das populações dos dois países como a alternativa salvadora para um futuro e eventual déficit de energia elétrica, e mesmo para incrementar o desenvolvimento industrial e gerar empregos – em nome do qual seriam justificados todos os sacrifícios gerados pela construção, em especial para os próprios trabalhadores e para os expropriados das terras inundadas.

NOTAS

1 - “Com certeza, é preciso entender o contexto em que as empresas, e o próprio país, se inseriam naquele momento: vivia-se em pleno regime de exceção, e a postura empresarial se afinava, muitas vezes, com a truculência dos militares. Era um tempo em que as greves por salários ou melhores condições de trabalho eram resolvidas pelas milícias estaduais e não por negociação e diálogo. Enfim, não havia espaço para o diálogo e a participação. Vigorava o lema: manda quem pode, obedece quem em juízo” (BUENO, 2003, p.4).

2 - Registro aqui meu agradecimento ao professor Ursi, pela gentileza do empréstimo do material de pesquisa e pela disponibilidade da entrevista durante a qual, ao longo de quase três horas, relatou sua experiência de trabalho no canteiro de obras da Itaipu.

3 – “Paste-up era o profissional que colava numa página os textos, os títulos, as fotos e as ilustrações que saíam no jornal” (PIVETTI, 2006, p.149). Ursi foi autor, ainda, de um amplo conjunto de crônicas, geralmente publicadas na segunda página do jornal, com relatos mais ou menos ficcionais envolvendo trabalhadores da obra ou seus familiares. Este material, que de acordo com ele nunca foi censurado, constituirá um foco de reflexão à parte.

4 - Estas estratégias de aproximação e cooptação dos trabalhadores vão perdendo espaço ao longo dos anos, demonstra uma leitura, ainda rápida, feita em edições de períodos posteriores. Passa-se então a enaltecer o consórcio Unicon (grafado em caixa alta), mas estas são observações para outros momentos da pesquisa...

5 - Para formação do reservatório da usina foram inundados 101 mil hectares de terra no Brasil, afetando 8.519 propriedades (6.913 rurais e 1.606 urbanas) onde viviam 40 mil pessoas. Do lado paraguaio, foram 119 mil hectares alagados, de 1.243 propriedades habitadas por 5 mil pessoas, já que a ocupação da região da fronteira do lado do Paraguai era ainda restrita (MASCARENHAS, 2011).

6 - Nas edições lidas até o presente momento, para efeito da pesquisa sobre o Informativo Unicon, apenas no número 130, datado de fevereiro de 1988, aparecem dados numéricos sobre acidentes – e mesmo assim como metas a serem atingidas, sem referências a registros passados. A matéria “Campanha sem acidentes estabelece metas” informa em sua abertura: “Com o objetivo de manter a Campanha ‘Sem Acidentes’ acesa, o Departamento de Higiene e Segurança do Trabalho da UNICON está estabelecendo metas a atingir para todos os meses de 88 no sentido de reduzir o número de acidentes ainda mais e, quem sabe, atingir a marca de um desafio que vem sendo denominada ‘Acidente Zero’. Para fevereiro, por exemplo, o Departamento se propõe a ficar aquém dos 66 acidentes, cujas metas por áreas são estabelecidas pelos próprios empregados”. Nesta etapa, o canteiro de obras contava com um contingente de mão-de-obra inferior a 15 mil trabalhadores e buscava-se um número de acidentes inferior a 66 por mês... Evidentemente não se trata de acidentes fatais, mas este dado pode projetar uma ideia do volume de casos dez anos antes, com mais de 30 mil operários trabalhando em um ritmo bem mais intenso.

7 - Pesquisa anterior, que empregou instrumentos de avaliação de recepção e envolveu o jornal do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, constatou que, embora o índice de leitura do periódico fosse bastante escasso entre os acampados e assentados do MST, o Jornal Sem Terra exercia um importante papel de legitimação e reconhecimento, um símbolo presente, inclusive, nas celebrações místicas fartamente empregadas nas atividades do MST (OLIVEIRA FILHA, 2002).

Informativo Unicon: challenges of an institutional newspaper in the building site of Itaipu

ABSTRACT

During the construction of the hydroelectric plant of Itaipu, between 1978 and 1988, circulated the newspaper Informativo Unicon which was produced by the consortium of construction companies responsible for the site. More than 30 thousand people worked in the area during periods of intensive use of labor, and the newspaper published 20 thousand copies every two weeks in bilingual editions (Portuguese and Spanish) to reach the Brazilian and Paraguayan public. This is a peculiar example of institutional journalism: either by the profile of the public and the historical moment of its production - in the midst of a military dictatorship and with the security issues involved. This article, part of a larger research project, seeks an initial approximation with this object of study, focusing on the first pages of the 20 issues that circulated during the year 1978.

KEYWORDS: Organizational communication; Institutional Journalism. Hydroelectric plant of Itaipu. Informativo Unicon.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial**: teoria e pesquisa. Barueri/SP, 2003.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial no Brasil**: uma leitura crítica. São Paulo: Mojoara Editorail, 2007.

MASCARENHAS, Milena Costa. Poeira X Unicon: confrontos e contrapontos entre expropriados e Itaipu. Dissertação, mestrado. Programa de Pós-Graduação em História, da Universidade do Oeste do Paraná. Marechal Cândido Rondon/PR, 2011. Disponível em: http://tede.unioeste.br/tede//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=834. Acesso em 3/07/2015.

NASSAR, Paulo. A evolução das publicações em jornalismo empresarial para o jornalismo em empresas. In: **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, ano 13 n.13, p. 127-144, jan/dez. 2009, disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ms/index.php/AUM/article/viewFile/2197/2120>. Acesso em 01/07/2015.

OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida de. O papel do Jornal Sem Terra na organização MST. Dissertação, mestrado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2002.

PALMA, Jaurês. **Jornalismo Empresarial**. 2 ed. Porto Alegre: Sagra, 1994.

PIVETTI, Michaella. Planejamento e representação gráfica no jornalismo impresso. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo, SP, 2006. disponível em file:///D:/Backup%2029-03-2017/Downloads/3426762.pdf. Acesso 3 outubro 2016.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. **Jornalismo Empresarial**: teoria e prática. 2 ed. São Paulo: Summus, 1987.

URSI, José Melquíades. Entrevista à autora, realizada no dia primeiro de julho de 2015, em Curitiba.

Recebido: 15 nov. 2017.

Aprovado: 18 jul. 2018.

DOI: 10.3895/rde.v8n13.7342

Como citar:

OLIVEIRA FILHA, E. A. Informativo Unicon: o desafio de um jornal empresarial no canteiro de obras da Itaipu. R. Dito Efeito, Curitiba, v. 8, n. 13, p. 1-16, jul./dez. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rde>>. Acesso em: XXX.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

